

**А. Н. Червонцева**

Научный руководитель

**В. Е. Сыцко**

Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации  
г. Гомель, Республика Беларусь

## **ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО АССОРТИМЕНТА ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ ДЛЯ ГОМЕЛЬСКОГО РАЙПО**

В настоящее время одной из важнейших экономических и товароведных проблем является проблема обеспечения качества и конкурентоспособности товаров. Она предполагает формирование принципиально новых подходов. В условиях рыночных отношений изменились требования, предъявляемые к выбору того или иного вида продукции, что обуславливает высокую ответственность за ее качество в процессе реализации потребителям.

В Беларуси парфюмерию выпускают ЗАО «Дилис-Косметик», ООО «Миран-Парфюм», ЧУП «Азалия» и др.

Парфюмерные товары в Республике Беларусь вырабатываются на основе натурального отечественного сырья, поступающего из России, Прибалтики, Польши, Чехии, Германии, Голландии. Более 76% их продается на белорусском рынке, остальное реализуется в России, Украине, Казахстане, странах Балтии, Молдове и др. Вопрос об увеличении объемов производства парфюмерии, о расширении ее ассортимента, повышении качества, конкурентоспособности постоянно контролируется Правительством Республики Беларусь.

Существенное качественное преимущество белорусской парфюмерии – безвредность, безопасность, подтвержденная гигиеническими сертификатами ИСО 9000.

Гомельское райпо должно взять на вооружение все обозначенные выше аспекты с целью оптимизации ассортимента и повышения эффективности управления им в своей торговой сети.

С этой целью торговый отдел Гомельского райпо проводит маркетинговые исследования рынка [1].

В условиях формирования рыночных отношений экономическая эффективность деятельности любого торгового предприятия в значительной мере определяется тем, насколько рационально сформирован ассортимент товаров. Известно, что научную основу формирования ассортимента товаров составляет информация о покупательском спросе.

Опрос проводился в зоне деятельности предприятий Гомельского райпо. Объем первоначальной выборки (300 чел.) рассчитывался исходя из допустимой погрешности  $\Delta = 5\%$ , доверительной вероятности  $F(t) = 95\%$ , дисперсии  $\sigma = 0,5$ .

Установлено, что основными покупателями парфюмерных товаров являются женщины, среди опрошенных их доля составила 72%. Наиболее часто покупки совершают мужчины и женщины в возрасте от 20 до 30 лет, удельный вес этой категории респондентов составил 40%. Полученные результаты свидетельствуют, что свежие духи предпочитают 50% опрошенных респондентов, с восточной нотой – 20, пряные – 10, цветочные – 8, древесные – 7, фантазийные – 5. Предпочтения стойкости запаха распределились следующим образом: стойкие духи предпочитают 20% респондентов; умеренные (в пределах не более 24 ч) – 30; запахи, меняющиеся в течении дня – 40%; 10% затруднились ответить. Все это свидетельствует о том, что в структуре ассортимента должны преобладать парфюмерные товары, начиная с группы «люкс» и заканчивая самой низкой градацией (душистые воды) с самой разнообразной ценовой категорией.

Интерес представляло и мнение потребителей о главных недостатках парфюмерных товаров отечественных производителей: 12% считают, что белорусская парфюмерия имеет неустойчивый запах; 25 – скромный букет запахов; 30% опрошенных недовольны упаковкой изделий.

Изучение покупательских предпочтений позволило сделать следующие выводы: отмечено повышение требований потребителей к качеству товаров; намечен рост в предпочтениях потребителей в отношении отечественной парфюмерии; укрепление позиций отечественных производителей может быть достигнуто за счет улучшения дизайна упаковки, разнообразия букета запахов, рекламной поддержки; необходимо знакомить покупателей с новинками парфюмерных товаров отечественного производителя; продукция должна иметь довольно широкий ценовой интервал, что позволит потребителю выбрать продукцию в соответствии с его потребностями.

Экономический эффект от разработанных рекомендаций по оптимизации структуры ассортимента и качества парфюмерных товаров для Гомельского райпо в 2015 г. составил 48,97 млн р.

#### **Список использованной литературы**

1. **Сыцко, В. Е.** Оценка качества и конкурентоспособности парфюмерных товаров / В. Е. Сыцко // Потреб. кооп. – 2015. – № 2 (49). – С. 44–49.